

DAFTAR PUSTAKA

- Arnould, Price & Zinkhan, (2005), *“Consumers. , (2nd Edition)*, McGraw – Hill.
- Basu Swastha dan Irawan. 2003. “Manajemen Pemasaran Modern”. (Edisi kedua). Cetakan ke sebelas. Yogyakarta : Liberty Offset.
- Charles Lamb, W.et.al. 2001. Pemasaran. Edisi Pertama, Salemba Empat: Jakarta
- Davis, Keith dan Newstron, Jhon W. 2000. Perilaku Dalam Organisasi. Jilid Kedua. Edisi Ketujuh. Jakarta : Erlangga.
- Don, R. Hansen , and Marryanne M. Mowen. *Management Accounting. Second Edition. Cincinnati, Ohio: South-Western Publishing Co, 1992.*
- Drezner, W. 2002. *A Balanced Perspective on Brands. Baringstroke : Mc Millan*
- Fandy Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Hawkins, D. I., Best, R. J. & Coney, K. A. (1998). *Consumer Behavior Seventh Edition. Texas: Business Publication, Inc.*
- Heskett, J., Sasser, W., and Schlesinger, L. (1997). *When Right Makes Might. The Journal of Business Strategy*, 18(4), 6-18.
- Husein, Umar. (2000). Riset Pemasaran dan Penilaian Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Kotler, Philip (1998) edisi revisi. Jilid I & II, “Manajemen Pemasaran Prentice Hall Inc”
- Kotler, Philip. 2010. Manajemen Pemasaran. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Lee, Moonkyu and Lawrence F. Cunningham, 2001, “A Cost/Benefit Approach To Understanding Service Quality.” *Journal of Service Marketing*, Vol. 15 No. 2, 2002
- Paul, Peter. J dan Jerry C. Olson, 2000, *Consumer Behaviour : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, jilid 1 dan jilid 2, Jakarta : Erlangga.
- Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2002. Perilaku konsumen dan strategi pemasarann. Terjemahan. Jakarta: Erlangga
- Philip Kotler, 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta
- Rosen, J. M. 2004. *Surfactant and Interfacial Phenomena. Third Edition. John Willey & Sons Inc., New York.*

- Schiffman dan Kanuk. 2008. Perilaku konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Sengupta, S. 2005. Brand Positioning : Strategi for Competitive Advantage 2nd ed. New Delhi : Tata Mc Graw-Hill, Ltd*
- Setiadi, J. Nugroho (2003). Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenada Media.
- Stanton, William, (1996), Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid Kedua, Edisi Ketujuh, Erlangga : Jakarta.
- Sumardy, Marlin Silviana, Melina Melone. 2011. *The Power of Word of Mouth. Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sutisna. 2001. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Swastha, Basu dan Irawan. 1997. Manajemen Pemasaran Modern. Cetakan Kelima. Yogyakarta:Liberty.
- Zeithaml et al., 1996. Measuring the quality of relationship in customer service: An empirical study, European. Journal of Marketing*